mediametrie

Levallois, le 27 septembre 2006

COMMUNIQUE DE PRESSE

L'audience de l'Internet en France

Août 2006

En période de vacances, les internautes surfent aussi sur le web

Evolution de la population internaute

Source : Médiamétrie - L'Observatoire des Usages Internet – Août 2006 – Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

Plus de la moitié (50,5%) de la population française âgée de 11 ans et plus s'est connectée à Internet en août 2006, soit 26 339 000 d'individus. En progression de 12 % par rapport à août 2005, la population internaute est restée connectée à Internet durant l'été.

	Août 2006	Août 2005	Evolution
Nombre d'internautes âgés de 11 ans et plus déclarant s'être connectés à Internet au cours du dernier mois, quel que soit le lieu de connexion	**26 339 000** **Soit 50,5% des Français**	23 610 000 soit 45,6% des Français	+ 12%

La population internaute connectée à domicile en haut débit

Source : Médiamétrie - L'Observatoire des Usages Internet – Août 2006 – Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

Les internautes connectés à domicile en haut débit sont plus de 8 sur 10 (85,3%) en août 2006, soit 17 791 000 internautes.
Cela représente une augmentation de 4 550 000 internautes en un an, soit +34% par rapport à août 2005.

	Août 2006	Août 2005	Evolution
Nombre d'internautes âgés de 11 ans et plus déclarant s'être connectés à Internet à domicile **via une connexion haut débit (câble ou ADSL)** au cours du dernier mois	**17 791 000** **soit 85,3% des internautes domicile**	13 241 000 soit 77,5% des internautes domicile	+ 34%

Evolution de l'équipement multimédia des Français

Source : Médiamétrie / GfK – La Référence des Equipements Multimédias – 2ème Trimestre 2006 –
Copyright Médiamétrie et GfK– Tous droits réservés

Au 2ème trimestre 2006, plus de 13 millions des foyers français (soit 51,5%) sont équipés d'un micro-ordinateur. Avec 1 185 000 foyers supplémentaires, le nombre de foyers équipés a augmenté en un an de près de 10% (9,9%).

Plus de 10 millions de foyers ont accès à Internet ce qui représente plus de 4 foyers sur 10 (41,6%) contre 34,4% des foyers au 2ème trimestre 2005.

	2ème trimestre 2006	1er trimestre 2006	2ème trimestre 2005
Nombre de foyers équipés d'un micro-ordinateur	**13 155 000** **soit 51,5 % des foyers**	12 914 000 soit 50,6 % des foyers	11 970 000 soit 47,3 % des foyers
Nombre de foyers ayant accès à Internet	**10 633 000** **soit 41,6 % des foyers**	9 911 000 soit 38,8 % des foyers	8 705 000 soit 34,4 % des foyers

mediametrie // NetRatings

Le temps passé par visiteur unique(2) sur le web Applications Internet exclues(3)

Source : Médiamétrie//NetRatings – Panel France – Domicile et /ou Lieu de travail – Août 2006 – Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Le temps passé sur le web par visiteur unique à domicile et/ou sur le lieu de travail a augmenté de 2h16mn entre août 2005 et août 2006, passant de 17h09mn à 19h25mn.

Pendant la période estivale 2006, les internautes se sont connectés plus longtemps au mois d'août (19h25mn) qu'au mois de juillet (19h17). La tendance s'inverse par rapport à 2005 où les internautes avaient passé 32 minutes de plus sur le web en juillet (17h41) par rapport au mois d'août (17h09).

Le Top 30 des sites les plus visités en France Applications Internet exclues(3)

Source : Médiamétrie//NetRatings – Panel France – Domicile et /ou Lieu de travail – Août 2006 – Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque (4)	Visiteurs Uniques (2)	Nombre de visites par internautes
1	Google	16 687 000	15,6
2	Orange	12 695 000	12,1
3	MSN/Windows Live	12 397 000	10,9
4	Free	11 621 000	7,5
5	Yahoo!	9 312 000	8,0
6	PagesJaunes	8 777 000	3,7
7	Microsoft	8 182 000	3,1
8	eBay	7 373 000	6,7
9	Mappy	7 052 000	2,2
10	Voila	7 043 000	5,0
11	TF1 Network	5 859 000	5,5
12	Lycos Europe	5 406 000	3,5
13	Cdiscount.com	5 324 000	3,2
14	L Internaute	4 974 000	2,8
15	Alice	4 837 000	5,2
16	01net. Network	4 810 000	2,6
17	Fnac	4 802 000	2,8
18	voyages-sncf.com	4 709 000	2,4
19	ViaMichelin	4 490 000	2,1
20	La Redoute	4 476 000	2,7
21	Wikipedia	4 443 000	2,0
22	Skyrock Network	4 438 000	5,8
23	Rue du Commerce	3 778 000	2,5
24	Meteo France	3 750 000	4,6
25	Amazon	3 732 000	2,2
26	AOL(*)	3 711 000	7,3
27	PriceMinister	3 548 000	2,5
28	AlloCine	3 356 000	2,6
29	Credit Agricole	3 353 000	6,5
30	LA POSTE	3 265 000	5,3

* Hors AOL Propriétaire

Le Top 30 des sites les plus visités en France
Applications Internet incluses [3]

Source : Médiamétrie//NetRatings – Panel France – Domicile et /ou Lieu de travail - Août 2006 –
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque [4]	Visiteurs uniques (2)	Nombre de visites par internautes
1	Google	16 730 000	13,9
2	MSN/Windows Live	14 231 000	15,8
3	Microsoft	13 671 000	6,6
4	Orange	13 112 000	13,6
5	Free	11 621 000	7,0
6	Yahoo!	9 589 000	7,7
7	PagesJaunes	8 777 000	3,5
8	eBay	7 373 000	6,3
9	Mappy	7 052 000	2,2
10	Voila	7 043 000	4,7
11	TF1 Network	5 859 000	5,2
12	AOL	5 414 000	12,5
13	Lycos Europe	5 406 000	3,3
14	Cdiscount.com	5 324 000	3,2
15	L Internaute	4 974 000	2,7
16	Alice	4 840 000	5,0
17	01net. Network	4 810 000	2,5
18	Fnac	4 802 000	2,7
19	voyages-sncf.com	4 709 000	2,3
20	eMule	4 641 000	17,2
21	ViaMichelin	4 490 000	2,1
22	La Redoute	4 476 000	2,7
23	Wikipedia	4 443 000	1,9
24	Skyrock Network	4 440 000	5,3
25	Real Network	4 195 000	5,1
26	Apple	3 844 000	3,7
27	Rue du Commerce	3 778 000	2,5
28	Meteo France	3 750 000	4,6
29	Amazon	3 732 000	2,2
30	PriceMinister	3 548 000	2,5

Le Top 50 des sites supports de publicité, souscripteurs du service

Applications Internet exclues [3]

Source : Médiamétrie//NetRatings – Panel France – Domicile et /ou Lieu de travail – Août 2006 –
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque [4]	Visiteurs Uniques [2]
1	Google	16 687 000
2	Orange	12 695 000
3	MSN/Windows Live	12 397 000
4	Yahoo!	9 312 000
5	PagesJaunes	8 777 000
6	Mappy	7 052 000
7	Voila	7 043 000
8	TF1 Network	5 859 000
9	Lycos Europe	5 406 000
10	L Internaute	4 974 000
11	Alice	4 837 000
12	01net. Network	4 810 000
13	ViaMichelin	4 490 000
14	Skyrock Network	4 438 000
15	AOL(*)	3 711 000
16	AlloCine	3 356 000
17	Club-Internet	3 261 000
18	France Televisions	3 087 000
19	Doctissimo Network	3 035 000
20	aufeminin.com	3 013 000
21	lastminute.com Network	2 450 000
22	Mistergooddeal	2 131 000
23	LeGuide.com	1 993 000
24	M6 Network	1 985 000
25	Alapage	1 828 000
26	Expedia	1 681 000
27	Shopping.com Network	1 659 000
28	Le Monde	1 629 000
29	Infos-du-Net.com	1 598 000
30	Boursorama	1 576 000
31	ZDNet	1 496 000
32	Meetic	1 389 000
33	nouvelobs.com	1 375 000
34	Le Journal du Net	1 291 000
35	Caradisiac	1 260 000
36	Le Figaro	1 249 000
37	Presence PC	1 237 000
38	CNET~	1 068 000
39	Webmarchand	1 019 000
40	Groupe Express-Expansion	996 000
41	RTL net	983 000
42	Radio France	947 000
43	Monsieur Prix	889 000
44	Lacentrale.fr	840 000
45	Bestofmicro	829 000
46	LeGuide.net	812 000
47	Liberation	764 000
48	OuestFrance	761 000
49	Explorimmo	734 000
50	Le Guide du Routard	734 000

* Hors AOL Propriétaire

Définitions et Méthodologies

DEFINITIONS

[1] **Internautes** : la population internaute de référence de ce communiqué est la population des « internautes dernier mois âgés de 11 ans et + », soit les individus s'étant connectés à Internet au cours des 30 derniers jours quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux (lieux d'éducation, lieux publics ou privés tels les cybercafés, les bibliothèques, chez des amis…)

[2] **Visiteurs Uniques** : le nombre total d'individus ayant visité une brand au moins une fois pour la période concernée. Les individus ayant visité la même brand plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

[3] **Application Internet** : une Application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créé pour être utilisé avec Internet.
- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/video, applications de partage de fichiers média...
- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

[4] **Marque ou Brand** : le niveau « Brand » détaille l'audience des marques. Une brand est un agrégat de domaines, de sites uniques et/ou de pages rattachés à une même marque (exemple : si le site de la marque A est consultable aux adresses marqueA.fr et marqueA.com, la Brand marqueA agrégera l'audience de marqueA.fr et de marqueA.com).

METHODOLOGIES

A/ Les Observatoires Numériques

Les Observatoires Numériques de Médiamétrie est la gamme d'études de référence en matière d'équipements et d'usages Internet et Multimédias qui permet :

- de connaître et de mieux appréhender le média Internet avec « Les 30 Chiffres clés de l'Internet » qui regroupent l'essentiel des informations du média,
- d'analyser en profondeur l'équipement multimédias des foyers français et l'évolution de la population internaute et de ses usages, avec deux grands dispositifs de suivi barométrique : la Référence des Equipements Multimédias et l'Observatoire des Usages Internet,
- de comprendre les différentes caractéristiques des secteurs de l'Internet et du Multimédia avec des études thématiques dans les domaines de l'e-commerce, de la finance, des fournisseurs d'accès Internet, des services en ligne, de la téléphonie mobile,etc.

L'Observatoire des Usages Internet : réalisé chaque mois auprès de 1 000 individus âgés de 11 ans et plus interrogés par téléphone, l'Observatoire des Usages Internet permet de regrouper les principales informations sur les internautes. Il étudie en parallèle les internautes et les non-internautes, de façon à pouvoir comparer le profil de ces deux populations. Le profil des internautes couvre une large gamme de critères d'analyse : démographiques, sociologiques, géographiques, économiques, loisirs, médias, multimédias...Pour enrichir la connaissance des internautes, ceux-ci sont interrogés sur leur type de connexion et les principaux usages qu'ils font d'Internet.

La Référence des Équipements Multimédias fournit la référence unique sur les équipements médias et multimédias des foyers français. Elle est réalisée conjointement par Médiamétrie et GfK chaque trimestre auprès d'un échantillon représentatif de 6 000 Français âgés de 15 ans et plus, interrogés en face à face sur les équipements médias et multimédias présents dans le foyer.
L'étude simultanée des équipements audiovisuels, téléphoniques, micro-informatiques et de l'accès à Internet permet d'obtenir une vision globale et évolutive du parc multimédia des foyers français.

B/ Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings

Les résultats mensuels du Panel France de Médiamétrie//NetRatings sont issus d'un échantillon de plus de 7 000 individus âgés de 2 ans et plus. Cet échantillon est représentatif de la population des internautes âgés de 2 ans et plus résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et/ou sur le lieu de travail.

Dans ce communiqué, seuls sont mentionnés les sites ayant eu au moins la visite de 40 panélistes sur la période de l'enquête.

Ces informations générales concernant l'audience et les habitudes d'utilisation d'Internet peuvent être affinées en fonction des cibles (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres…) et des catégories de sites (évolution des sites d'information généralistes, des sites de e-commerce, des sites de voyages…)

A propos de Médiamétrie

Médiamétrie est l'entreprise interprofessionnelle de mesure d'audience et d'études des médias audiovisuels et électroniques. Sa vocation est d'assurer la mesure d'audience et de performance des médias audiovisuels et interactifs à un niveau de qualité permettant d'en faire la référence professionnelle unique pour l'ensemble des acteurs du marché, avec le consensus général. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, le Cinéma, l'Internet, les Nouveaux Médias et la convergence des médias. En 2005, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 40,2 millions d'euros avec un effectif de 353 personnes.

A propos de Médiamétrie//NetRatings

Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et NetRatings qui commercialise et développe les résultats du service «Nielsen//NetRatings». Ce service permet de mesurer l'audience des sites Internet en France.

Pour toute information presse contacter :
Nelly DUBNER
Tél. : 01 47 58 97 26
Fax : 01 47 58 09 26 - E-mail : ndubner@mediametrie.fr
www.mediametrie.fr